

## ANEXO IX

### I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Denominación:** Promoción turística local e información al visitante

**Código:** HOTI0108

**Familia Profesional:** Hostelería y turismo

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Cualificación profesional de referencia:**

HOT336\_3 Promoción turística local e información al visitante. (RD 1700/2007, de 14 de diciembre)

**Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:**

UC1074\_3: Gestionar información turística.

UC1075\_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

UC0268\_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

UC1057\_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

**Competencia general:**

Promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

**Entorno Profesional:**

**Ámbito profesional:**

Desarrolla su actividad, fundamentalmente, en entes públicos o público-privados cuya finalidad es la planificación y el desarrollo turístico territorial. Ejerce sus funciones como personal de contacto con los usuarios del servicio o en puestos de gestión supervisados, dependiendo del tamaño y complejidad de la estructura en que se integra, o para la que trabaje desde la empresa privada.

**Sectores productivos:**

Desarrolla su actividad, fundamentalmente, en centros de visitantes, oficinas municipales de información turística, oficinas de congresos, patronatos, consorcios o cualquier otro ente público, local o autonómico. En su ámbito profesional presta información y asesoramiento, colabora en actividades de planificación, creación de producto y promoción turísticas y gestiona unidades de información y distribución turísticas.

**Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:**

2913.006.7 Agente de desarrollo turístico local.

2913.005.8 Técnico de información turística

Informador turístico.

Jefe de oficina de información turística.

Promotor turístico.

Técnico de empresa de consultoría turística.

Coordinador de calidad en empresas y entidades de servicios turísticos.

**Duración de la formación asociada:** 690 horas

**Relación de módulos formativos y de unidades formativas:**

MF1074\_3: Información turística. (180 horas)

- UF0080: Organización del servicio de información turística local. (90 horas)
- UF0081: Gestión de la información y documentación turística local (60 horas)
- UF0082: Información y atención al visitante. (30 horas)

MF1075\_3: Productos y servicios turísticos locales. (180 horas)

- UF0083: Diseño de productos y servicios turísticos locales. (90 horas)
- UF0084: Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales. (90 horas)

MF0268\_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas. (120 horas)

- UF0077: Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. (70 horas)
- UF0049: Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. (50 horas)

MF1057\_2: Inglés profesional para turismo. (90 horas)

MP0020: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Promoción turística local e información al visitante. (120 horas)

### II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Unidad de competencia 1**

**Denominación:** GESTIONAR INFORMACIÓN TURÍSTICA

**Nivel:** 3

**Código:** UC1074\_3

**Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Seleccionar, almacenar y procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y necesidades de los clientes y a los objetivos del centro o de la planificación del destino.

CR1.1 La información necesaria para llevar a cabo la elaboración de materiales y atención a visitantes y residentes se delimita para captar principalmente aquella que sea realmente útil a los fines que debe servir.

CR1.2 Las fuentes de información se identifican y seleccionan para la obtención de los datos necesarios, en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.

CR1.3 Los soportes necesarios para la recogida de información de utilidad del destino y su área de influencia se diseñan de forma que faciliten la consecución de los fines para los que se crean y la actualización, registro y archivo de la información.

CR1.4 El archivo y clasificación de la información se realiza de acuerdo con normas establecidas de forma que permanezca fácilmente accesible y facilite su explotación en función de los objetivos y/o públicos a los que vaya destinada.

CR1.5 La actualización de los datos procedentes de las distintas fuentes se realiza de forma periódica, disponiendo así en todo momento de información fiable.

CR1.6 La información procesada se dispone en soportes de difusión que permiten su conocimiento y utilización, tanto hacia el interior como hacia el exterior del centro informativo, adaptándola de forma que responda a los objetivos y tipología del centro de información de que se trate en cada caso y a los distintos segmentos de potenciales clientes y clientes reales a los que se dirige la actividad.

CR1.7 La cesión y petición de información entre redes de centros o servicios de información turística se realiza mediante la utilización de soportes normalizados.

RP2: Programar y controlar las actividades de un centro de información turística para adecuarlas a las características del entorno local y a las demandas de los clientes y alcanzar los objetivos previstos.

CR2.1 La planificación turística del destino se analiza y emplea para adaptar el servicio.

CR2.2 Los objetivos de carácter particular del centro se fijan en función de las necesidades de los clientes y del carácter informativo y promocional del servicio, en el marco de la planificación general de la entidad.

CR2.3 El perfil de los usuarios actuales y potenciales del servicio se identifica y emplea para la adaptación de las actividades y servicios a sus demandas.

CR2.4 Los programas de actuación se elaboran en función de los recursos disponibles, teniendo en cuenta las necesidades detectadas y la estacionalidad característica de la actividad.

CR2.5 Los soportes previstos para la recogida de datos y seguimiento de la actividad del centro se formalizan, trasladan y archivan según los procedimientos establecidos.

CR2.6 El análisis de los datos obtenidos a partir de los indicadores establecidos se realiza para controlar la actividad del centro, informar a la persona o institución responsable sobre los resultados de la gestión y proponer o, en su caso, adoptar las medidas correctivas oportunas y las innovaciones que demanda el mercado.

RP3: Organizar los recursos necesarios para llevar a cabo la prestación de servicios del centro de información turística, adaptándose a las distintas situaciones que puedan plantearse o a las condiciones particulares del entorno local.

CR3.1 Los espacios, mobiliario y equipamiento necesarios para la prestación del servicio se definen y disponen en función de criterios que faciliten una mejor atención a los usuarios, tanto en el caso de instalaciones estables como temporales.

CR3.2 Las necesidades de inversión, reposición, gestión de permisos, señalización y, en su caso, almacenamiento, transporte y desmontaje, se planifican.

CR3.3 El personal se distribuye en función de los programas que se ejecuten de forma que se asegure que todos los turnos y programas quedan atendidos, procurando además la motivación del personal y la adecuación de sus perfiles a los programas que se abordan.

CR3.4 En el caso de existir, los uniformes y herramientas complementarias de identificación y trabajo del personal se inventariarán, y se planifica su reposición y distribución.

CR3.5 La señalización interna y externa se dispone de forma que los accesos a los puntos de información y su ubicación estén claramente visibles.

CR3.6 La contratación de suministros y servicios, tales como telefonía, acceso a Internet, acometidas de luz y agua, servidor de la web, limpieza, rotulación y otros, se planifica y formaliza teniendo en cuenta las necesidades propias del centro, de

la actividad y de la estacionalidad que le es característica.

CR3.7 El procedimiento de difusión de la información se establece de forma que permita activar su utilización por parte de los potenciales usuarios y distribuidores-colaboradores y garanticé su transmisión.

CR3.8 La forma de organizar y gestionar el almacén y/o almacenes o centros de distribución se establece, de forma que permita una pronta localización individualizada de los materiales, según las necesidades del punto de información individual y una ágil distribución a los puntos de información dependientes.

RP4: Atender y asesorar a visitantes y residentes en las demandas de información y en la formulación de quejas o reclamaciones, garantizando en todo momento la calidad de la información prestada.

CR4.1 La recepción de los clientes se realiza con amabilidad, aplicando normas de cortesía y técnicas de acogida, utilizando los distintivos para la identificación personal en el caso de atención directa en los puntos de información.

CR4.2 Se determinan las vías o canales para la atención y satisfacción de demandas de información y asesoramiento previas a la realización del viaje: página web, teléfono, correo postal, fax o correo electrónico.

CR4.3 Las peticiones y solicitudes de información se atienden de forma objetiva y clara, utilizando todo tipo de medios para su transmisión, adaptándola a los distintos tipos de usuarios del servicio y buscando en todo momento obtener su satisfacción.

CR4.4 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

CR4.5 La atención de quejas, reclamaciones y sugerencias se realiza de forma eficaz, asumiendo aquellas cuya solución sea posible, informando a los usuarios del servicio acerca de las instancias a que deben dirigirse en caso de imposibilidad de resolución o ausencia de competencia y procediendo a la documentación y archivo de las mismas.

CR4.6 Las solicitudes de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información se atienden con la mayor brevedad posible, disponiéndose de la cantidad y calidad de información suficiente como para prestar un servicio satisfactorio.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Pupitres de información para lugares estratégicos. Teléfono, fax y correo electrónico. Expositores de material informativo y promocional. Ediciones turísticas y, en su caso, material promocional y/o de venta. Impresos y documentos administrativos. Documentación informativa. Material de oficina diverso.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Información de interés sobre el entorno seleccionada, clasificada y procesada. Programación y control, a su nivel, de las actividades de un centro de información realizadas. Recursos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de información turística organizados. Atención y asesoramiento al público por distintas vías en sus demandas de información, reclamaciones o quejas presentadas.

#### **Información utilizada o generada**

Planificación estratégica del destino o zona turística. Información, especialmente del entorno local y en todo tipo de soportes, sobre mercados, destinos, productos, recursos y servicios turísticos, planos y mapas. Documentos para extender quejas o

reclamaciones. Documentos para la gestión económico-administrativa. Legislación turística. Información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas. Normativa interna del centro de información. Información específica adaptada y sintetizada para los visitantes. Informes de evaluación del servicio prestado.

## **Unidad de competencia 2**

**Denominación:** CREAR, PROMOCIONAR Y GESTIONAR SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES

**Nivel:** 3

**Código:** UC1075\_3

### **Realizaciones profesionales y criterios de realización**

**RP1:** Evaluar la potencialidad turística del entorno local, a partir de sus recursos, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado.

CR1.1 Las fuentes de información se identifican y seleccionan para su utilización en la obtención de información.

CR1.2 La información sobre la demanda turística actual y potencial del destino se identifica para detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.

CR1.3 Los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, se identifican y catalogan para disponer de la información básica para la creación del producto.

CR1.4 Los destinos competidores y buenas prácticas se analizan para identificar su posicionamiento y sus productos y servicios turísticos desarrollados.

CR1.5 Los métodos más adecuados para obtener un diagnóstico se aplican y las conclusiones sobre su posicionamiento se elaboran.

**RP2:** Participar en el diseño y mejora de productos y servicios turísticos locales, aportando sugerencias encaminadas a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y a rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.

CR2.1 Las posibilidades de explotación turística de su ámbito se identifican y se formula una propuesta razonada de delimitación de tipologías y productos turísticos, teniendo en cuenta criterios ambientales y de desarrollo sostenible.

CR2.2 A partir de los objetivos fijados por la organización, se argumentan las posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes, estimando su viabilidad comercial, técnica y financiera.

CR2.3 La programación temporal para el desarrollo de los productos y servicios turísticos propuestos se sugiere, argumentando las estrategias de promoción más adecuadas para cada caso.

CR2.4 La participación en la definición de los parámetros y criterios que permitirán evaluar la calidad de los productos o servicios turísticos locales se efectúa mediante la formulación de propuestas razonadas.

CR2.5 Las conclusiones obtenidas y la información elaborada se trasladan a los superiores o responsables de la definición de la oferta turística de su ámbito en el tiempo y forma establecidos.

**RP3:** Contribuir al desarrollo, organización, control y venta de los productos o servicios turísticos definidos, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.

CR3.1 Las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos se proponen y preparan siguiendo instrucciones y contribuyendo a determinar y organizar los recursos humanos y materiales necesarios para su implementación.

CR3.2 La propuesta sobre las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales definidos se formula razonadamente.

CR3.3 Las acciones informativas y formativas necesarias se organizan, en su caso, para que las entidades, personas y servicios involucrados tengan conocimiento de los productos turísticos definidos y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo de los mismos.

CR3.4 La formulación de orientaciones precisas para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado se efectúa en el marco de las directrices recibidas.

CR3.5 La comprobación de que el producto o servicio turístico diseñado se desarrolla en el tiempo y forma establecidos se efectúa para verificar que se cumplen las especificaciones definidas.

**RP4:** Gestionar actos y programas de promoción turística encaminados a la consecución de los objetivos fijados.

CR4.1 Ideas y sugerencias se aportan a los responsables de la definición de la acción promocional en la zona acerca de:

- Identificación y selección del público objetivo: demanda y operadores del mercado turístico.
- Medios de comunicación, soportes y formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.
- Actuaciones de promoción.
- Participación en eventos de ámbito local, insular, provincial, nacional o internacional.
- Diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.

CR4.2 La colaboración en la programación de cada acción de promoción se efectúa formulando propuestas acerca de:

- Condiciones de participación, si es un acto externo a la entidad.
- Planning temporal de acciones y programas.
- Recursos humanos y materiales necesarios.
- Competencias y funciones de cada persona, así como plazo y condiciones para su realización.
- Planning horario del desarrollo de cada acto.
- Proveedores que intervienen en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.

CR4.3 Las acciones y tareas previstas se asignan al personal involucrado, previamente formado, asegurando la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa establecido.

CR4.4 Las diferentes acciones promocionales se realizan facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a peticiones específicas de clientes potenciales.

CR4.5 La participación en el control del desarrollo de la acción promocional se efectúa, asegurándose de que ésta se realiza con arreglo a la programación prevista y de que se informa a las personas o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Teléfono y fax. Expositores de material

informativo y promocional. *Stands* para promoción turística en ferias y eventos. Equipos y material audiovisual. Material promocional.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Información y documentación relevantes para el sector turístico local analizadas. Participación en la creación, desarrollo y mejora de productos y servicios turísticos de la zona o localidad realizada. Promoción de destinos y productos turísticos locales. Calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico local evaluada.

#### **Información utilizada o generada**

Directrices y estrategias generales de la entidad. Planes estratégicos o directores del destino. Información y documentación sobre mercados y operadores turísticos. Información sobre recursos, servicios y productos turísticos de la zona en todo tipo de soportes. Legislación turística general y particular. Información sobre acciones comerciales y canales de distribución actuales y pasados de la entidad.

#### **Unidad de competencia 3**

**Denominación:** GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Nivel:** 3

**Código:** UC0268\_3

#### **Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Proponer objetivos y planes para la unidad de información o distribución de oferta turística de su responsabilidad, que sean viables y se integren en la planificación general y estratégica de la entidad, y que respondan a las demandas actuales y emergentes de los viajeros, proveedores de servicios del destino y otros usuarios de la unidad.

CR1.1 Por medio de información directa y expresa se accede al conocimiento de los planes generales de la empresa o entidad y de los específicos que afectan a su área de actuación.

CR1.2 Los objetivos de carácter particular para la unidad de su responsabilidad se definen y se proponen a sus superiores.

CR1.3 Las opciones de actuación se identifican y evalúan, y se seleccionan las más adecuadas a los objetivos fijados, teniendo en cuenta la disponibilidad de recursos, los períodos de temporada alta de los destinos y las características de la empresa o entidad.

CR1.4 Los planes y acciones para conseguir los objetivos fijados dentro de su área de responsabilidad se formulan y cuantifican, para revisar su grado de cumplimiento.

RP2: Confeccionar los presupuestos del departamento o área de su responsabilidad, efectuando el seguimiento económico y el control presupuestario.

CR2.1 Los datos históricos de la unidad de su responsabilidad se revisan y las previsiones económicas se establecen, de acuerdo con la planificación general de la empresa o entidad, con el número y variedad de servicios programados y con los objetivos cuantitativos y cualitativos fijados para la unidad de información y distribución de oferta turística.

CR2.2 Los presupuestos económicos y de tesorería se confeccionan aplicando técnicas de previsión y presupuestación, y estableciendo su cuantificación y periodicidad en función de la estacionalidad propia de la actividad turística.

CR2.3 Los presupuestos se presentan a sus superiores jerárquicos, considerando

las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.

CR2.4 El procedimiento para el seguimiento del presupuesto de su unidad se define y aprueba.

CR2.5 El control presupuestario se efectúa en los plazos y términos establecidos, comprobando el cumplimiento de los objetivos económicos.

CR2.6 Los cálculos necesarios para detectar posibles desviaciones respecto a los objetivos económicos se realizan de forma precisa, proponiendo las medidas correctivas adaptadas a cada caso, que permitan, no obstante, mantener los servicios más competitivos o con mayor impacto estratégico en los períodos de temporada alta.

CR2.7 Los resultados del control presupuestario se transmiten mediante los informes adecuados a las personas y departamentos correspondientes, en el tiempo y forma establecidos.

RP3: Establecer la estructura organizativa de la unidad de información y distribución de oferta turística, determinando y organizando los recursos necesarios para el logro de los objetivos.

CR3.1 El tipo de estructura organizativa que resulta más adecuado para el logro de los objetivos y planificación establecidos se determina, adaptándola a la estacionalidad propia de la actividad y en función de las disponibilidades de financiación.

CR3.2 La incorporación a las redes de intercambio de información y cooperación más adecuadas se propone, para rentabilizar sinergias, garantizar la imprescindible actualización permanente de la información y oferta turística y agilizar su distribución.

CR3.3 Las funciones y tareas que deben realizarse, las relaciones internas de la unidad y las relaciones con otros agentes turísticos y sociales de su ámbito territorial y área de influencia se establecen.

CR3.4 Los recursos necesarios se determinan, considerando las variables estacionales o periódicas derivadas de los hábitos viajeros.

CR3.5 Los puestos de trabajo se definen y el perfil de los informadores y comercializadores turísticos que deben ocuparlos se contribuye a definir.

CR3.6 En el proceso de selección del personal que ocupa los puestos de la unidad de trabajo se colabora.

CR3.7 El trabajo se organiza y se distribuye entre el equipo humano de su dependencia.

RP4: Integrar y dirigir al personal dependiente, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.

CR4.1 En la integración, formación y evaluación del personal dependiente se participa, para que realice las tareas asignadas con eficacia y eficiencia.

CR4.2 Las motivaciones del personal dependiente en su ámbito de responsabilidad se identifican.

CR4.3 Las metas y objetivos de la entidad o empresa turística se explican para su comprensión y asunción por cada miembro del equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.

CR4.4 La motivación del personal de la unidad de su responsabilidad se logra promoviendo y valorando la iniciativa, el esfuerzo, la creatividad y su papel en la transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico, destino o ámbito territorial, y en el trabajo en equipo.

CR4.5 Las responsabilidades y funciones del personal se determinan y la autoridad necesaria para su cumplimiento se delega.

CR4.6 Las instrucciones e indicaciones al personal se transmiten de forma clara,

asegurándose de su perfecta comprensión.

CR4.7 Las reuniones con el personal, necesarias para establecer objetivos y para efectuar el seguimiento del desempeño, se fijan y dirigen, formalizando los informes pertinentes.

CR4.8 La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se evalúa, reconociendo el éxito y corrigiendo actitudes y actuaciones.

**RP5:** Implementar y gestionar, en su ámbito de responsabilidad, la cultura de la calidad y el sistema de calidad adoptado, para conseguir los objetivos de la empresa o entidad.

CR5.1 Los servicios en su ámbito de responsabilidad se diseñan con su contribución, aportando su conocimiento sobre las expectativas de los distintos tipos de clientes, tales como usuarios finales, agentes turísticos del destino y otros, y colaborando en la determinación de estándares de calidad y en la formulación de procedimientos e instrucciones de trabajo acordes con el sistema de calidad.

CR5.2 La cultura de la calidad se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad y fomentando su participación en la mejora continua.

CR5.3 El sistema de calidad se implementa, identificando las condiciones adversas a la calidad, tanto actuales como potenciales, y diseñando y ejecutando planes de mejora.

CR5.4 El sistema de indicadores y de control de la calidad interna se define, analizando los datos aportados, informando a sus superiores y a otros departamentos implicados y definiendo y aplicando acciones preventivas y correctivas.

CR5.5 Los procedimientos para la recogida y análisis de información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes, se diseñan con su colaboración, facilitando y fomentando la participación de los clientes.

CR5.6 La aplicación de los procedimientos e instrucciones y el cumplimiento de los estándares y normas se comprueba, efectuando la evaluación periódica y sistemática de la calidad en su ámbito de responsabilidad.

#### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Equipos informáticos. Internet. Aparatos telefax. Teléfonos. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Manuales de planificación. Manuales de archivo, actualización y gestión de la información. Manuales de procedimiento administrativo. Formularios de presupuestación. Manuales de elaboración de documentos. Manuales de comunicación. Manuales de procedimientos de control de calidad.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Planificación y organización eficiente de la unidad de su responsabilidad. Integración, dirección y coordinación del personal dependiente. Consecución de objetivos: prestación rentable del servicio, desarrollo estratégico de nuevos servicios, contribución a la creación y distribución de servicios y productos turísticos y al desarrollo territorial, entre otros. Personal motivado e involucrado en los objetivos de la empresa o entidad y consciente de su papel en la transmisión de imagen de toda la cadena turística de su ámbito territorial. Organización, ejecución y control en la unidad de su responsabilidad de la política de calidad de la empresa o entidad. Optimización de costes. Fidelización de clientes. Informes de gestión de recursos humanos y de resultados en la atención a consumidores y proveedores de información y oferta turística.

#### **Información utilizada o generada**

Plan estratégico de la empresa o entidad y, en su caso, de su ámbito territorial de actuación. Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas web sobre su ámbito territorial de actuación y su área de influencia, productos y servicios turísticos; precios y tarifas; requisitos exigibles, normativas y derechos y vías de reclamación aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios. Bases de datos e inventarios turísticos. Información económica y administrativa de la empresa o entidad. Presupuestos. Informes de gestión. Plan de calidad de la empresa o entidad. Inventarios de material y equipamiento. Fichero de clientes, visitantes y proveedores. Registro de personal. Disposiciones legales y convenios colectivos. Manual y normativa interna de la empresa o entidad. Registros de calidad. Albaranes, vales y facturas.

#### **Unidad de competencia 4**

**Denominación:** COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

**Nivel:** 2

**Código:** UC1057\_2

#### **Realizaciones profesionales y criterios de realización**

**RP1:** Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.

CR1.1 La expresión oral del cliente o el profesional en inglés, empleando un lenguaje estándar se interpreta con precisión en situaciones predecibles tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CR1.2 La comprensión oral en inglés se produce adecuando la interpretación a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los emisores del mensaje, claridad de la pronunciación, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, y se interpreta en lo esencial, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP2: Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.

CR2.1 La documentación escrita en inglés referente a instrucciones, informes, manuales, publicidad, cartas, faxes, correos electrónicos y notas, se interpreta con detalle y agilidad en situaciones predecibles, tales como:

- Consulta de un manual de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.
- Consulta de un manual de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes y correo electrónico.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CR2.2 La comprensión escrita en inglés se produce adecuando la interpretación a los condicionantes que la pueden afectar, tales como:

- El canal de la comunicación: fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafía deficiente.
- Impresión de baja calidad.

RP3: Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información.

CR3.1 La expresión oral en inglés se realiza produciendo mensajes coherentes que emplean un vocabulario amplio relacionado con la actividad y son emitidos con fluidez y espontaneidad en reuniones, recepciones y conversaciones referidas a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Acompañamiento, asistencia e información al pasajero en medios de transporte marítimo y ferroviario.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CR3.2 La expresión oral en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque exista ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP4: Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos

gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional.

CR4.1 La expresión escrita en inglés se realiza cumplimentando o produciendo instrucciones, cartas, faxes, correos electrónicos y notas coherentes, inteligibles y correctas en la gramática y ortografía, referidos a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y precios.
- Notificación de avisos para clientes de un evento.
- Redacción y cumplimentación de documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes u oficina de información turística.
- Realización de reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitudes por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.
- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.

CR4.2 La expresión escrita en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Canal de comunicación.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

RP5: Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

CR5.1 La interacción en inglés se realiza produciendo e interpretando los mensajes orales de uno o varios interlocutores, expresados con fluidez en situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Comunicación y coordinación con los representantes y técnicos de los servicios encargados del desarrollo de las actividades de ocio complementarias fuera del

establecimiento.

CR5.2 La interacción en inglés se produce, si se emplea un lenguaje estándar, atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua, claridad de la pronunciación y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

#### **Contexto profesional**

##### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Equipos informáticos, impresora, teléfono y fax. Aplicaciones informáticas. Material de turismo. Diccionario. Material de oficina.

##### **Productos o resultado del trabajo**

Comunicación interactiva independiente con clientes y profesionales del sector en inglés para la prestación de servicios turísticos, gestión y comercialización de los establecimientos, venta de servicios y destinos turísticos y negociaciones con clientes y proveedores. Interpretación de documentos profesionales y técnicos, relacionados con la actividad turística.

##### **Información utilizada o generada**

Manuales de lengua inglesa sobre gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales de turismo, catálogos, periódicos, revistas especializadas en eventos y oficinas turísticas. Manuales de cultura de los angloparlantes de diversas procedencias.

### **III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD**

#### **MÓDULO FORMATIVO 1**

##### **Denominación: INFORMACIÓN TURÍSTICA**

**Código:** MF1074\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1074\_3: Gestionar información turística

**Duración:** 180 horas

#### **UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

**Código:** UF0080

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP 3

#### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar los tipos de centros y servicios de información turística explicando su función en el sector turístico.

CE1.1 Diferenciar los distintos tipos de centros y servicios de información turística, explicando sus características, funciones, relaciones y dependencias orgánicas.

CE1.2 Estimar las funciones de los centros de información turística en el mercado turístico actual y sus relaciones con los distintos agentes turísticos.

CE1.3 Describir los servicios o productos que pueden prestar o gestionar los centros de información turística.

CE1.4 Identificar las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de los centros y oficinas de información turística, precisando sus implicaciones.

CE1.5 Describir los espacios, mobiliario, equipamientos, suministros necesarios para el funcionamiento del servicio de información turística.

CE1.6 Identificar y describir los canales o circuitos de comunicación o distribución de la información, tanto interna como externa.

CE1.7 Explicar las relaciones del centro o servicio con la Administración o entidades públicas o público-privadas que lo crean o gestionan.

CE1.8 Especificar los criterios que marcan prioridades en la realización del trabajo en el centro o departamento y la adaptación a la imagen corporativa de la entidad.

CE1.9 Describir los perfiles de los trabajadores necesarios para prestar los servicios que pueden prestar o gestionar los centros de información turística.

C2: Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados.

CE2.1 Identificar y cumplimentar los documentos propios de un centro o servicio de información turística.

CE2.2 Reconocer y aplicar criterios de registro, archivo y actualización de información.

CE2.3 Elaborar ediciones turísticas sencillas sobre diferentes destinos, adaptadas a los segmentos de público más habituales.

CE2.4 Diseñar estrategias y procedimientos de difusión y transmisión de la información y de fidelización de las consultas a través de Internet.

CE2.5 Identificar procedimientos de control de los programas de actuación previstos en los centros de información turística.

CE2.6 Recoger los datos necesarios para el seguimiento y control de sus actividades.

CE2.7 En diversas situaciones prácticas de gestión de información, analizar los datos obtenidos a partir de los diferentes registros, indicadores y métodos y presentar los informes correspondientes acerca de los resultados.

#### **Contenidos**

##### **1. El servicio de información turística**

- Objetivos generales del servicio de información turística.
- La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino:
  - Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
  - Atención e información durante la estancia:
    - Atención e información directa
    - Información gratuita e información de pago
    - Coordinación con otros agentes turísticos del destino
  - Visitas guiadas. Tipología
  - Call centers

- Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
- Puntos de auto información
- Productos y servicios turísticos de destino: información y venta
- Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo
- Fidelización de clientes y servicios post venta
- Elaboración de estadísticas
- Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros
- Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
- Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.
- Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística
- Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.
  - Publicaciones turísticas
  - Internet
  - Puntos de auto-información
  - Medios de comunicación
  - Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
- Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística.
- Técnicas de difusión y marketing electrónico
- Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
- Redes de centros y servicios de información turística.

## **2. Recursos materiales en servicios y centros de información turística**

- Tipos de instalaciones:
  - Centros permanentes
  - Centros y puntos de información estacionales
- Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén...)
- Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.
- Equipamiento de las instalaciones.
- Informatización de centros y servicios de información turística.
- Centrales y sistemas automatizados de reservas.
- Ubicación y accesos a los locales.
- Señalización interna y externa.
- Uniforme y equipamiento de los trabajadores
- Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

## **3. Recursos humanos en centros de información turística**

- Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística:
  - Información presencial y telefónica
  - Informadores de calle
  - Guías
  - Administradores y gestores de la web

## **4. Gestión administrativa**

- Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.
- Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.
- Control estadístico.
- Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

## **UNIDAD FORMATIVA 2**

**Denominación:** GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA LOCAL

**Código:** UF0081

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar las fuentes y métodos que permiten la obtención de información de interés turístico sobre el entorno local, evaluando, seleccionando y adaptando la información obtenida a las necesidades de los clientes en función del segmento al que pertenezcan.

CE1.1 Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.

CE1.2 Clasificar las fuentes de información turística en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.

CE1.3 Describir y aplicar métodos de recogida y actualización de datos.

CE1.4 Describir y aplicar métodos de tratamiento de la información para su adaptación a los públicos a los que va destinada.

CE1.5 Describir los distintos tipos de ediciones turísticas divulgativas y sus técnicas de producción.

CE1.6 Describir las distintas opciones proporcionadas por las nuevas tecnologías para la difusión de la información turística del destino.

CE1.7 Elaborar formularios de solicitud y entrega de información turística entre centros y redes de centros de información turística.

CE1.8 En diversas situaciones prácticas de obtención de información, evaluar y seleccionar la información obtenida y adaptarla a las necesidades de los clientes potenciales.

C2: Integrar información sobre bienes de interés cultural, espacios naturales y otros recursos culturales y naturales de entornos locales determinados para su posterior traslado a potenciales usuarios de servicios de información turística.

CE2.1 La información sobre bienes de interés cultural y otros recursos del patrimonio cultural de zonas determinadas se analiza en profundidad e interpreta objetivamente.

CE2.2 La información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural de zonas determinadas se analiza en profundidad e interpreta objetivamente.

CE2.3 Los datos y aspectos esenciales, correspondientes a dicha información analizada e interpretada previamente, se memorizan e interrelacionan.

### **Contenidos**

#### **1. Las fuentes de información turística**

- Tipos de información a obtener y procesar
- Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística
- Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística
- Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
- Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información
- Soportes de la información: papel, electrónico
- Sistemas de archivo: bancos y bases de datos
- Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes
- El centro de información turística como fuente de información del destino

- Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación
- Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
- Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística:
  - Búsqueda, almacenaje y difusión de la información.
  - Procesado y adaptación de la información para los diferentes soportes y las diferentes vías de difusión de la información: atención personal, telefónica, webs –webs 2.0-, descargas a móviles, puntos de auto-información.

## **2. Información e interpretación del patrimonio cultural y natural del entorno local**

- Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.
  - Necesidades y expectativas de los distintos segmentos de mercado
  - Posibles segmentaciones del destino para responder al mercado.
- Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio.
- Medios interpretativos personales y no personales
  - Medios personales: visitas guiadas
  - Medios no-personales: Ediciones, material expositivo, exposiciones...
- Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información:
  - Atención personal, atención telefónica y electrónica
  - Puntos de auto-información en el centro
  - Páginas web (estáticas, webs 2.0...)
  - Ediciones turísticas
  - Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
- Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios.
  - Traducción de la información turística a diferentes idiomas.
  - Tematización de la información en función de los nichos de mercado.
  - Accesibilidad de la información para los clientes con necesidades especiales
- Integración e interrelación de información.

## **UNIDAD FORMATIVA 3**

**Denominación:** INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

**Código:** UF0082

**Duración:** 30 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP4

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada.

CE1.1 Describir los tipos de demanda de información, quejas y reclamaciones más usuales en un servicio de información turística.

CE1.2 Describir el proceso de prestación del servicio en función de la demanda realizada y de los medios empleados para su solicitud.

CE1.3 Describir las situaciones más habituales en las cuales pueden generarse situaciones conflictivas que deriven en la posible formulación de quejas o reclamaciones por parte de los clientes.

CE1.4 Analizar y escoger los medios o canales de respuesta más adecuados para atender a los diferentes tipos de demanda de información, quejas o reclamaciones.

CE1.5 Identificar la legislación aplicable a los clientes en su condición de usuarios de productos y servicios turísticos.

CE1.6 En situaciones prácticas, relativas a la prestación de información:

- Identificar, seleccionar y analizar información turística o de interés general según las situaciones.
  - Seleccionar y transmitir información en función de las peticiones de los interlocutores y de su perfil e intereses, utilizando los medios más adecuados en cada caso.
  - Recuperar información y prestarla a los usuarios, adoptando una actitud acorde con la situación planteada, aplicando el estilo de comunicación y las normas de cortesía más adecuadas.
  - Comprobar la comprensión del mensaje emitido, así como del recibido, mostrando una actitud de empatía hacia el interlocutor.
- CE1.7 En situaciones prácticas, relativas a la presentación de quejas y reclamaciones, informar y asesorar, registrando las que resulten significativas para que puedan ser utilizadas, si procede, en el futuro.
- CE1.8 Asumir la necesidad de atender a los potenciales clientes con cortesía y elegancia, procurando satisfacer sus demandas, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.
- CE1.9 Valorar la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.

### **Contenidos**

#### **1. Orientación y asistencia al turista**

- Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
  - Comunicación verbal
  - Comunicación no verbal
- Técnicas de protocolo e imagen personal.
- El informador como asesor de tiempo libre
  - Personalización de la atención y acogida
  - Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo
  - Adaptación de la información a las expectativas de viaje.
- Tipologías de clientes:
  - Visitantes (turistas y excursionistas)
  - Clientes internos (oferta del destino y población local)
- Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis.
- Medios de respuesta:
  - Atención de solicitudes de información no presenciales: gestión de correo postal, e-mail y otras fórmulas derivadas de las tecnologías de la información.
  - Atención telefónica.
  - Gestión del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones
  - Obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas.
- Legislación en materia de protección al usuario.

### **Orientaciones metodológicas**

**Formación a distancia:**

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	40
Unidad formativa 2	50
Unidad formativa 3	10

**Secuencia:**

Para acceder a las unidades formativas 2 y 3 debe haberse superado la unidad formativa 1

**Criterios de acceso para los alumnos**

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana
- Competencia matemática
- Competencias sociales en geografía
- Competencia digital

**MÓDULO FORMATIVO 2**

**Denominación:** PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

**Código:** MF1075\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1075\_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales

**Duración:** 180 horas

**UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

**Código:** UF0083

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 y RP2

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.

CE1.1 Describir el proceso evolutivo del sector turístico y las funciones y relaciones que tienen entre sí los diferentes actores del sector, y su relación con el desarrollo en ámbitos locales determinados y con otros sectores económicos.

CE1.2 Enumerar, caracterizar e interrelacionar las variables que conforman la demanda turística de una zona determinada, analizando las motivaciones y otros factores que la condicionan.

CE1.3 Identificar y caracterizar las fuentes de información turística más relevantes.

CE1.4 Identificar los segmentos de mercado a los que se pueden dirigir determinados y nuevos productos y servicios turísticos locales.

CE1.5 Identificar, catalogar e inventariar, si procede, el conjunto de recursos, servicios e infraestructuras de zonas determinadas.

CE1.6 Analizar el posicionamiento de los productos turísticos desarrollados en un ámbito de actuación determinado.

CE1.7 Identificar, seleccionar y aplicar métodos de análisis estratégico que permitan conocer la potencialidad turística y posible posicionamiento del producto turístico en un ámbito de actuación determinado.

C2: Poner en práctica y evaluar estrategias de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en entornos locales, teniendo en cuenta la potencialidad turística del área, la demanda actual, potencial y la protección ambiental.

CE2.1 A partir de la delimitación de una zona y de las diferentes formas de turismo, describir los servicios y productos susceptibles de desarrollo y su tipología.

CE2.2 Inventariar y catalogar los diferentes componentes de los productos turísticos locales, actuales y potenciales: recursos, oferta básica de servicios turísticos y oferta complementaria, de manera que puedan ser confeccionados y susceptibles de una óptima capacidad de promoción.

CE2.3 Elaborar proyectos de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en ámbitos locales, analizando la potencialidad turística de la zona y las características de la demanda actual y potencial.

CE2.4 Definir y argumentar los componentes de los productos turísticos locales propuestos y las acciones necesarias para su desarrollo, estimando su viabilidad y aplicando la legislación vigente sobre urbanismo, protección ambiental y ordenación turística.

CE2.5 Argumentar las estrategias de promoción más adecuadas, según el tipo de producto o servicio turístico en cuestión.

CE2.6 Proponer la programación temporal de las acciones pertinentes para el desarrollo de los productos y servicios turísticos definidos.

CE2.7 Aplicar los principios de desarrollo sostenible y de protección ambiental al programar las actuaciones.

**Contenidos****1. El sector turístico**

- Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.
- La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
- Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
- La estructura de comercialización en el sector:
  - Operadores turísticos: funciones que desarrollan.
  - Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente.
- Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

## **2. Ordenación territorial y planificación estratégica**

- Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.
- Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
- Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
- La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.
- Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.
- Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

## **3. Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales**

- Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
- Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
- Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
- Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
- Gestión de iniciativas turísticas.

## **4. Desarrollo turístico sostenible.**

- Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
- El desarrollo sostenible para planificadores locales.
- La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
- Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.
- La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
- Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

## **UNIDAD FORMATIVA 2**

**Denominación:** PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

**Código:** UF0084

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno.

CE1.1 Describir y analizar las diferentes estrategias y medios de distribución del mercado turístico.

CE1.2 Describir y valorar las diferentes estrategias de comunicación y los objetivos que se pretenden en cada fase de su desarrollo.

CE1.3 Asociar estrategias de comunicación determinadas a las peculiaridades de los productos, servicios y destinos turísticos locales en general.

CE1.4 Justificar el uso de los diferentes canales e instrumentos de comunicación utilizados para la comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales, valorando su idoneidad en función del tipo de destino, servicio o producto turístico local, objetivos de comunicación, público objetivo y medios humanos y económicos disponibles.

CE1.5 Elaborar proyectos de comercialización de productos turísticos del entorno local, partiendo de la información suministrada sobre los mismos y los conocimientos del mercado, que contengan:

- Estrategias y canales de distribución.
- Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas al producto.
- Instrumentos de comunicación para la canalización de dichas acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
- Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
- Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

CE1.6 Identificar e interpretar la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.

C2: Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.

CE2.1 Diferenciar el marketing de productos del marketing de servicios.

CE2.2 Identificar los componentes del mix de servicios que inciden en la creación, oferta y promoción de un determinado producto turístico.

CE2.3 Justificar la existencia de las fases de conceptualización, estructuración, comercialización y prestación en la creación de servicios.

CE2.4 Valorar la importancia de la aplicación del sistema de servucción en la creación y promoción de productos turísticos de ámbito local.

CE2.5 Valorar el peso de cada variable del marketing mix y su importancia para el desarrollo de productos turísticos locales, a partir del ciclo de vida de lo mismos.

### **Contenidos**

#### **1. Marketing turístico**

- Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
- Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
  - Definición de marketing operacional y caracterización de las variables en que se basa: producto/servicio, precio, comercialización, distribución y comunicación.
  - Peculiaridades de dichas variables en el diseño y comercialización de productos turísticos locales.
- Marketing vivencial, sensorial o experiencial
  - Definición de marketing vivencial y caracterización del cuarto componente: la experiencia del viaje, la vivencia y la relación con el destino.
- El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
- Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.

- Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
- Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
- Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

## **2. Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales**

- Estrategias y canales de distribución.
- Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
- Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
- Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
- Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

## **3. El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo**

- Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
- Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

## **4. Utilización de las tecnologías de la información para la promoción del destino y para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local**

- Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
- Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
- Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

### **Orientaciones metodológicas**

#### **Formación a distancia:**

<b>Unidades formativas</b>	<b>Número máximo de horas a impartir a distancia</b>
Unidad formativa 1	50
Unidad formativa 2	90

#### **Secuencia:**

Para acceder a la unidad formativa 2 debe haberse superado la unidad formativa 1

#### **Criterios de acceso para los alumnos**

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana
- Competencia matemática
- Competencias sociales en geografía
- Competencia digital.

## **MÓDULO FORMATIVO 3**

**Denominación:** GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Código:** MF0268\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0268\_3 Gestión de unidades de información y distribución turísticas

**Duración:** 120 horas

### **UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Código:** UF0077

**Duración:** 70 horas

**Referente de competencia:** Esta Unidad formativa se corresponde con las RP1, RP2, RP3 y RP4

#### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar la función y el proceso de planificación empresarial o institucional y definir planes que resulten adecuados para unidades de información o distribución de oferta turística.

CE1.1 Justificar la importancia de la planificación en el proceso de administración empresarial.

CE1.2 Diferenciar los principales tipos de planes empresariales o institucionales para unidades de información o distribución de oferta turística.

CE1.3 Describir las fases y pasos lógicos de un proceso de planificación empresarial o institucional como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

CE1.4 Identificar los elementos básicos para establecer un proceso de dirección por objetivos.

CE1.5 En supuestos prácticos de planificación empresarial o institucional:

- Formular objetivos para una unidad de información o distribución de oferta turística determinada en el marco de hipotéticos planes generales de empresa o entidad.

- Seleccionar las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los objetivos propuestos.

- Plantear los programas que se deriven de tales opciones, determinando los medios humanos y materiales necesarios.

CE1.6 Valorar la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de cada tipo de unidad de información y distribución de oferta turística.

C2: Analizar la gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificar costes y

elaborar presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación.

CE2.1 Identificar los tipos de costes empresariales y comparar estructuras de costes de distintos tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística.

CE2.2 Calcular costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de diferentes servicios y productos turísticos.

CE2.3 Justificar la gestión presupuestaria como subfunción empresarial vinculada a las de planificación y control.

CE2.4 Diferenciar los tipos de presupuestos más utilizados por los distribuidores turísticos y entidades de información turística, expresando los objetivos de cada uno de ellos y describir la estructura y las partidas que componen dichos presupuestos.

CE2.5 Identificar las variables que se deben tener en cuenta en la confección de presupuestos.

CE2.6 En determinadas situaciones propias de agencias de viajes, y a partir de unos supuestos objetivos económicos de producto, de costes directos e indirectos y de volumen de negocio para períodos de tiempo establecidos:

- Elaborar presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los períodos fijados.
- Determinar los costes de los distintos recursos.
- Calcular el punto muerto de explotación y los niveles de productividad.

CE2.7 En casos prácticos de gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, y partiendo de las previsiones presupuestarias correspondientes y de los resultados reales obtenidos:

- Calcular las desviaciones.
- Analizar las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Proponer soluciones alternativas, estableciendo métodos de seguimiento y control presupuestario.

CE2.8 Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de control económico de la unidad de información y distribución turísticas con un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

C3: Analizar estructuras organizativas y funcionales propias de diferentes tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística, y su entorno de relaciones internas y externas, justificando estructuras organizativas y tipo de relaciones adecuadas a cada tipo de empresa o entidad.

CE3.1 Clasificar y caracterizar los diferentes tipos de distribuidores turísticos y de entidades que prestan información turística.

CE3.2 Describir los factores y criterios de estructuración que determinan una organización eficaz.

CE3.3 Comparar las estructuras y relaciones departamentales más características de los distintos tipos de agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificando los objetivos de cada departamento o entidad y la consecuente distribución de funciones.

CE3.4 Describir los circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.

CE3.5 Describir las relaciones externas de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y las entidades de información turística con otras empresas o instituciones, y las relaciones internas características.

CE3.6 A partir de estructuras organizativas y funcionales de distribuidores turísticos y entidades de información turística:

- Evaluar la organización, juzgando críticamente las soluciones organizativas adoptadas.

- Proponer soluciones y organigramas alternativos a las estructuras y relaciones interdepartamentales caracterizadas, justificando los cambios introducidos en función de una organización más eficaz.

CE3.7 Describir los puestos de trabajo más característicos de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, caracterizándolos por la competencia profesional expresada en término de capacidades y logros a los niveles requeridos en el mundo laboral.

CE3.8 En casos prácticos de diferentes tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística:

- Definir los límites de responsabilidad, funciones y tareas de cada componente de los equipos de trabajo de la unidad.
- Estimar los tiempos de trabajo de las actividades profesionales más significativas.

C4: Analizar los métodos para la definición de puestos de trabajo y selección de personal apropiados para empresas de distribución y entidades de información turísticas, comparándolos críticamente.

CE4.1 Comparar críticamente los principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la unidad.

CE4.2 Comparar críticamente los principales métodos para la selección de trabajadores cualificados de la unidad.

C5: Analizar las funciones de integración y dirección de personal, utilizando las técnicas aplicables en unidades de información y distribución turísticas.

CE5.1 Justificar la finalidad de la función de integración como complementaria de la función de organización.

CE5.2 En diversas situaciones prácticas de integración y dirección de personal:

- Dar una breve información sobre la unidad, su organización y su imagen corporativa, utilizando material audiovisual.
- Aplicar técnicas para la comunicación intragrupal entre los supuestos miembros antiguos y nuevos de la unidad, simulando delegaciones de autoridad, animando a la iniciativa personal y a la creatividad y exigiendo responsabilidades como medida de motivación.

CE5.3 Explicar la lógica de los procesos de toma de decisiones.

CE5.4 Justificar la figura del directivo y del líder en una organización.

CE5.5 Describir las técnicas de dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo aplicables a unidades de información y distribución turísticas.

CE5.6 Justificar los procesos de motivación del personal adscrito a unidades de información y distribución turísticas.

CE5.7 En supuestos prácticos de relaciones jerárquicas entre miembros de unidades de información y distribución turísticas:

- Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.
- Intervenir en los supuestos conflictos originados mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.
- Adoptar las decisiones idóneas en función de las circunstancias que las propician y las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles.
- Ejercer el liderazgo, de una manera efectiva, en el marco de sus competencias profesionales, adoptando el estilo más apropiado en cada situación.
- Dirigir equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.

- Dirigir, animar y participar en reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

## **Contenidos**

### **1. La planificación en las empresas y entidades de distribución e información turísticas**

- La planificación en el proceso de administración.
- Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.
- Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
- Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

### **2. Gestión y control presupuestarios en unidades de distribución e información turísticas**

- La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
- Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
- Definición de ciclo presupuestario.
- Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

### **3. Estructura financiera de las agencias de viajes y otros distribuidores turísticos**

- Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
- Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
- Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.
- Aplicaciones informáticas.

### **4. Evaluación de costes, productividad y análisis económico para agencias de viajes y otros distribuidores turísticos**

- Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
- Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.
- Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.
- Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
- Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

### **5. La organización en las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística**

- Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
- Tipología y clasificación de estas entidades.
- Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.
- Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes.
- Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.

- Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
- Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
- Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

### **6. La función de integración de personal en unidades de distribución e información turísticas**

- Definición y objetivos.
- Relación con la función de organización.
- Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
- Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

### **7. La dirección de personal en unidades de distribución e información turísticas**

- La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
- Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
- Solución de problemas y toma de decisiones.
- La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.
- Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
- La motivación en el entorno laboral.

### **8. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de unidades de información y distribución turísticas**

- Tipos y comparación.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

## **UNIDAD FORMATIVA 2**

**Denominación:** PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

**Código:** UF0049

**Duración:** 50 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP5

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar sistemas y planes de calidad aplicables a empresas de hostelería y turismo.

CE1.1 Explicar el concepto de calidad, justificando su aplicación en el sector de la hostelería y el turismo.

CE1.2 Describir la función de gestión de la calidad en relación con los objetivos de la empresa y de los diferentes departamentos de establecimientos de hostelería y turismo.

CE1.3 Colaborar en la implantación de un sistema de calidad, interpretando y aplicando las correspondientes normas de calidad, estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

CE1.4 Identificar y valorar las dimensiones y atributos de calidad del producto, y diseñar y definir los servicios de los respectivos departamentos, determinando y elaborando las necesarias especificaciones de calidad y estándares de calidad del servicio, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo entre otras.

CE1.5 A partir de un plan de calidad de un proceso de producción o servicio de hostelería y turismo:

- Analizar los elementos del plan de calidad en relación con sus objetivos.
- Interpretar y manejar con destreza el manual de calidad y el manual de procedimientos.

CE1.6 Argumentar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios.

C2: Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas.

CE2.1 Describir los instrumentos y dispositivos de control de calidad utilizados en el sector.

CE2.2 Describir las características de calidad más significativas de los productos y servicios propios del sector.

CE2.3 Establecer e interpretar indicadores de la calidad propios de los departamentos del área de alojamiento, y elaborar cuestionarios sencillos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.

CE2.4 Analizar un proceso productivo o de servicio totalmente definido de hostelería y turismo:

- Determinar las expectativas y necesidades de los clientes, internos y externos, para identificar las posibilidades reales de satisfacción en relación con el producto o servicio.
- Identificar las características de calidad del producto o servicio que deben ser controladas.
- Identificar factores causa-efecto que intervienen en la variabilidad de las características de calidad.
- Seleccionar las fases de control del proceso.
- Seleccionar los procedimientos de control.
- Reconocer los aspectos y parámetros que hay que controlar.
- Describir los principales métodos, equipos e instrumentos utilizados en el muestreo y control de la producción o servicio.
- Indicar los momentos o fases del proceso en que se realiza el control.

CE2.5 Gestionar la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los registros necesarios y el procedimiento aplicable.

CE2.6 Realizar procesos de control de calidad de determinados servicios y productos de hostelería y turismo:

- Efectuando el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.
- Reconociendo y detectando aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas.
- Organizando el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas.
- Proponer los ajustes metodológicos que podrían mejorar los procesos de recogida de datos.

C3: Evaluar los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos o servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.

CE3.1 En un supuesto práctico de mejora continua:

- Recopilar y, en su caso, resumir en los correspondientes registros e indicadores, los datos destinados al análisis que permita establecer un diagnóstico objetivo de la situación.
- Analizar los gráficos de control estadístico utilizados, interpretando las tendencias que puedan derivarse de los mismos.
- Establecer, a su nivel, conclusiones acerca de los datos recogidos para detectar posibles debilidades, identificando las causas de las desviaciones o anomalías en los productos o servicios.
- Proponer acciones preventivas o correctivas así como revisar las ya implantadas, para verificar su efectividad.

## Contenidos

### **1. La cultura de la calidad en las empresas y/o entidades de hostelería y turismo**

- El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
  - Necesidad de aseguramiento de la calidad en la empresa hostelera y turística.
  - El coste de medición y mejora de la calidad
  - Calidad y productividad.
  - Calidad y gestión del rendimiento.
  - Herramientas la calidad y la no calidad.
- Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
  - El modelo EFQM
- Aspectos legales y normativos
  - Legislación nacional e internacional
  - Normalización, acreditación y certificación
- El plan de turismo español Horizonte 2020

### **2. La gestión de la calidad en la organización hostelera y turística**

- Organización de la calidad
  - Enfoque de los Sistemas de Gestión de la Organización.
  - Compromiso de la Dirección
  - Coordinación
  - Evaluación
- Gestión por procesos en hostelería y turismo
  - Identificación de procesos.
  - Planificación de procesos.
  - Medida y mejora de procesos.

### **3. Procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo.**

- Procesos de producción y servicio
  - Comprobación de la Calidad
  - Organización y Métodos de Comprobación de la Calidad.
- Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
  - Satisfacción del cliente
  - Supervisión y medida de productos/servicios
- Gestión de los datos
  - Objetivos
  - Sistema de información de la calidad a la Dirección.
  - Informes.
  - La calidad asistida por ordenador.
  - Métodos estadísticos.
- Evaluación de resultados
  - Propuestas de mejora

## Orientaciones metodológicas

### Formación a distancia:

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	70
Unidad formativa 2	50

### Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

## Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital
- Competencias sociales en geografía

## **MÓDULO FORMATIVO 4**

**Denominación:** INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

**Código:** MF1057\_2

**Nivel de cualificación profesional:** 2

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1057\_2 Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

**Duración:** 90 horas

## Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística.

CE1.1 Interpretar los aspectos generales de mensajes orales emitidos en inglés y reconocer con precisión el propósito del mensaje en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.

- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE1.2 Interpretar de forma general mensajes orales emitidos en inglés en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica, mensaje grabado y megafonía.
- Comunicación formal o informal.
- Aspectos no verbales.
- Número y características de los interlocutores.
- Costumbres en el uso de la lengua y distintos acentos.
- Claridad de la pronunciación.
- Ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

C2: Interpretar los aspectos generales de mensajes y documentos de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante.

CE2.1 Interpretar de forma general los mensajes, instrucciones y documentos, recibidos o utilizados en inglés y reconocer su propósito con precisión, en situaciones profesionales, tales como:

- Consulta de manuales de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.
- Consulta de manuales de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes o correos electrónicos.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CE2.2 Interpretar de forma general mensajes escritos en inglés, en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Canal de la comunicación, como fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafiti deficiente.
- Impresión de baja calidad.

C3: Producir con fluidez mensajes orales en inglés medianamente complejos, referidos al contexto profesional del turismo.

CE3.1 Expresar oralmente en inglés, pronunciando con fluidez, claridad y corrección, fórmulas de cortesía aprendidas, y frases complejas que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.

- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CE3.2 Producir mensajes orales con claridad y coherencia, adecuando el tipo de mensaje y el registro a las condiciones de una situación profesional simulada que pueden afectar a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Ruido ambiental o interferencias.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

C4: Producir en inglés documentos escritos, correctos gramatical y ortográficamente, utilizando un vocabulario amplio, propio del ámbito profesional del turismo.

CE4.1 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica y que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Avisos para clientes de un evento.
- Documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes.
- Reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitud por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.
- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.
- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y avisos.

CE4.2 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica, adecuando el mensaje, el soporte y el medio a las condiciones de una situación profesional simulada, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

C5: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE5.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.

- Resolución de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.

CE5.2 Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.

- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE5.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en los establecimientos de hostelería y turismo, en transportes, parques temáticos, de ocio y congresos.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

## Contenidos

### **1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos**

- Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
- Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
- Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
- Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
- Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

### **2. Prestación de información turística en inglés**

- Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
- Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
- Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
- Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
- Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.

- Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
- Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

### **3. Atención al cliente de servicios turísticos en inglés**

- Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
- Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
- Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
- Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

#### **Orientaciones metodológicas**

##### Formación a distancia:

Nº máximo de horas a impartir a distancia: 70

##### Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel mínimo de competencia B1.1 en comunicación en lenguas extranjeras según el Marco Común Europeo de las Lenguas.

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Comunicación en lenguas extranjeras
- Competencia digital

#### **MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE**

**Código:** MP0020

**Duración:** 120 horas

##### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Colaborar en la obtención de información de interés turístico sobre el entorno local, evaluando, seleccionando y adaptando la información obtenida a las necesidades de los clientes en función del segmento al que pertenezcan.

- CE1.2 Aplicar métodos de recogida y actualización de datos.
- CE1.3 Aplicar métodos de tratamiento de la información para su adaptación a los públicos a los que va destinada.
- CE1.4 Elaborar formularios de solicitud y entrega de información turística entre centros y redes de centros de información turística.
- CE1.5 En diversas situaciones de obtención de información, evaluar y seleccionar la información obtenida y adaptarla a las necesidades de los clientes potenciales.

**C2:** Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados.

- CE2.1 Cumplimentar los documentos propios de un centro o servicio de información turística.
- CE2.2 Colaborar en el registro, archivo y actualización de información.
- CE2.3 Colaborar en ediciones turísticas sencillas adaptadas a los segmentos de público más habituales.
- CE2.4 Aplicar procedimientos de difusión y transmisión de la información y de fidelización de las consultas a través de Internet.
- CE2.6 Recoger los datos necesarios para el seguimiento y control de sus actividades.

**C3:** Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada.

- CE3.1 Identificar, seleccionar y analizar información turística o de interés general según las situaciones.
- CE3.2 Seleccionar y transmitir información en función de las peticiones de los interlocutores y de su perfil e intereses, utilizando los medios más adecuados en cada caso.
- CE3.3 Recuperar información y prestarla a los usuarios, adoptando una actitud acorde con la situación planteada, aplicando el estilo de comunicación y las normas de cortesía más adecuadas.
- CE3.4 Comprobar la comprensión del mensaje emitido, así como del recibido, mostrando una actitud de empatía hacia el interlocutor.
- CE3.5 Informar y asesorar, en situaciones relativas a la presentación de quejas y reclamaciones, registrando las que resulten significativas para que puedan ser utilizadas, si procede, en el futuro.

**C4:** Colaborar en la evaluación de la potencialidad turística en un ámbito local determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.

- CE4.1 Identificar e inventariar, si procede, el conjunto de recursos, servicios e infraestructuras de zonas determinadas.
- CE4.2 Analizar el posicionamiento de los productos turísticos desarrollados en un ámbito de actuación determinado.
- CE4.3 Aplicar métodos de análisis que permitan conocer la potencialidad turística y posible posicionamiento del producto turístico en un ámbito de actuación determinado.

**C5:** Colaborar en la puesta en práctica de estrategias de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en entornos locales, teniendo en cuenta la potencialidad turística del área, la demanda actual, potencial y la protección ambiental.

- CE5.1 Inventariar y catalogar los diferentes componentes de los productos turísticos locales, actuales y potenciales: recursos, oferta básica de servicios turísticos y oferta complementaria, de manera que puedan ser confeccionados y susceptibles de una óptima capacidad de promoción.
- CE5.3 Colaborar en proyectos de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en ámbitos locales, analizando la potencialidad turística de la zona y las características de la demanda actual y potencial.
- CE5.5 Proponer estrategias de promoción adecuadas al tipo de producto o servicio turístico en cuestión.
- CE5.6 Proponer la programación temporal de las acciones pertinentes para el desarrollo de los productos y servicios turísticos definidos.
- CE5.7 Aplicar los principios de desarrollo sostenible y de protección ambiental al

programar las actuaciones.

C6: Poner en práctica estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno.

CE6.1 Colaborar en proyectos de comercialización de productos turísticos del entorno local, partiendo de la información suministrada sobre los mismos y los conocimientos del mercado  
CE6.2. Colaborar en el desarrollo de acciones comerciales.

C7: Colaborar en la gestión y control presupuestarios de la unidad, identificando costes, observando los presupuestos económicos y la definición de planes de actuación que resulten adecuados para la consecución de los objetivos

CE7.1 Observar la elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los períodos fijados.  
CE7.2 Colaborar en la determinación de los costes de los distintos recursos.  
CE7.3 Colaborar en el cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.  
CE7.3 Asistir en la gestión y control presupuestarios, y partiendo de las previsiones presupuestarias correspondientes y de los resultados reales obtenidos.

CE7.4 Observar el proceso de planificación y la formulación de objetivos, teniendo en cuenta las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los mismos.

CE7.5 Observar el planteamiento de los programas que se derivan de tales opciones, y la determinación de los medios humanos y materiales necesarios.

C8: Observar la aplicación de técnicas de integración y dirección de personal utilizadas en unidades de información turística

CE8.1 Observar la utilización eficaz de las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.

CE8.2 Observar la intervención en conflictos originados y su solución mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.

CE8.3 Observar como se ejerce el liderazgo, de una manera efectiva, adoptando el estilo más apropiado en cada situación y dirigiendo equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.

CE8.4 Participar en reuniones de trabajo, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

CE8.5 En diversas situaciones de integración personal:

- Observar como se asigna e integra a los nuevos empleados, y en función de los puestos a cubrir y se les concede un período determinado de adaptación a los mismos.
- Observar las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar e identificar los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Observar la aplicación de técnicas para la comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento, detectando las delegaciones de autoridad, y como se incentiva la iniciativa personal y la creatividad como medida de motivación.

C9: Colaborar en la realización de controles de calidad de determinados servicios y productos de unidades de información turística y asistir en la evaluación de los resultados obtenidos

CE9.1 Colaborar en el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.

CE9.2 Colaborar en la detección de aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio, para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas

CE9.3 Colaborar en el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas

CE9.4 Colaborar en la recopilación e introducción de datos en los registros e indicadores correspondientes

CE9.5 Colaborar en el establecimiento de conclusiones para detectar posibles debilidades, colaborando en la identificación de las causas de las desviaciones

CE9.6 Colaborar en las propuestas de acciones preventivas o correctivas

CE9.7 Colaborar en la aplicación de los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa vigente, y cumplimentar registros de indicadores y hojas de toma de datos

CE9.8 Observar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios

C10: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE10.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atender directamente al cliente de oficinas de información turística
- Resolver contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolver quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demandar información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atender a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestionar reservas y otros servicios.
- Confirmar los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Realizar la promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Realizar la venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociar la prestación de servicios, colaboración o contratación con clientes o profesionales del sector.

CE10.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en los establecimientos de hostelería y turismo, en transportes, parques temáticos, de ocio y congresos.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

- C11: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.
- CE11.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.
  - CE11.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.
  - CE11.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.
  - CE11.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.
  - CE11.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.
  - CE11.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

## **Contenidos**

### **1. Las fuentes de información turística**

- Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
- Aplicación de las metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
- Manejo de distintos sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
- Aplicación de procedimientos para la actualización de la información y estimación de costes.
- Intercambio de información entre centros y redes.
- Colaboración en la distribución de la información dentro de la empresa.
- Manejo de las tecnologías de la información en el centro de información turística.

### **2. Información e interpretación del patrimonio cultural y natural**

- Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.
- Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución:
  - Atención personal, atención telefónica y electrónica
  - Puntos de auto-información en el centro
  - Páginas web (estáticas, webs 2.0...)
  - Ediciones turísticas
  - Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
- Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios.
- Traducción de la información turística al inglés.
- Adaptación de la información en función de los nichos de mercado.

### **3. Recursos materiales en servicios y centros de información turística**

- Empleo de la informática de los centros y servicios de información turística.
- Manejo de las centrales y sistemas automatizados de reservas.
- Colaboración en la producción de ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

### **4. Gestión administrativa de oficinas de información turística**

- Cumplimentación de los documentos necesarios en el Centro o Servicio de Información Turística.
- Información y asesoramiento en situaciones relativas a la presentación de sugerencias, reclamaciones y quejas.
- Colaboración en el control estadístico.

### **5. Orientación y asistencia al turista**

- Aplicación de técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
- Comunicación verbal
- Comunicación no verbal

- Aplicación de técnicas de protocolo e imagen personal.
- Realización personalizada de la atención y acogida
- Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo, a las expectativas de viaje y a la tipología de clientes.
- Gestión de los tiempos de atención.
- Atención a solicitudes de información no presenciales: correo postal, e-mail y otras fórmulas derivadas de las tecnologías de la información.
- Atención telefónica.
- Colaboración en la obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas.

### **6. Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales**

- Colaboración en la definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales.
- Colaboración en la gestión de proyectos.

### **7. Comercialización turística**

- Colaboración y propuesta de la segmentación de mercados y definición de públicos objetivos.
- Colaboración en la planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.

### **8. Utilización de las tecnologías de la información para la promoción del destino y para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local**

- Colaboración en la actualización de la web turística del destino
- Colaboración en acciones de marketing electrónico.

### **9. Definición de planes para áreas y departamentos de agencias de viajes y empresas y entidades de distribución e información turísticas**

- Formulación de objetivos para un área, empresa o entidad de distribución e información turística, determinada en el marco de los planes generales de empresa o entidad.
- Selección de las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los objetivos propuestos en un plan.
- Elaboración de programas que se deriven de las actuaciones planificadas, determinando los medios humanos y materiales necesarios.

### **10. Gestión y control presupuestarios en agencias de viajes, unidades de información y distribución turísticas**

- Cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta
- Elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación.
- Determinación de los costes de los distintos recursos.
- Cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.
- Cálculo de las desviaciones y análisis de las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Propuesta de soluciones alternativas, estableciendo métodos de seguimiento y control presupuestarios.

### **11. Diseño de estructuras organizativas y funcionales propias de agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística**

- Propuestas de organigramas alternativos a la estructura y relaciones interdepartamentales de la agencia de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística.
- Definición de los límites de responsabilidad, funciones y tareas de cada componente de los equipos de trabajo de agencias de viajes, otros distribuidores

turísticos y entidades de información turística.

- Estimación de los tiempos de trabajo de las actividades profesionales más significativas de agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística.

#### **12. Dirección e integración de personal en agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística**

- Recepción y emisión de instrucciones e información
- Observación en la asignación de tareas y planes de trabajo
- Observación en la resolución de conflictos originados en el equipo de trabajo mediante la negociación y la participación
- Colaboración en la dirección de equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Participación en reuniones de trabajo.
- Explicación del manual de acogida del establecimiento a un nuevo empleado
- Colaboración en la asignación a los nuevos empleados, y en función de los puestos a cubrir, un período determinado de adaptación a los mismos.
- Redacción y explicación de las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar y los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento

#### **13. Implementación y gestión de los sistemas de calidad en agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística**

- Realización de una propuesta para la implantación de un sistema de calidad en la empresa.
- Identificación de los factores clave y barreras de las normas de calidad aplicadas en la empresa.
- Elaboración de cuestionarios sencillos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los indicadores.
- Aplicación de herramientas básicas para la determinación y análisis de las causas de la no-calidad.
- Gestión de la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los registros necesarios y el procedimiento aplicable

#### **14. Comunicación en inglés estándar en situaciones propias de los servicios turísticos**

- Atención directa en inglés al cliente de agencias de viajes, oficinas de información turística, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución en inglés de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones en inglés
- Información y asesoramiento en inglés, sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Atención de demandas de información variada en inglés por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención en inglés a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos en inglés.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y los proveedores en inglés.
- Promoción en inglés de un viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Negociación en inglés con clientes o profesionales del sector, de acuerdos de

prestación de servicios, colaboración o contratación.

- Comunicación en inglés de forma presencial o telefónica.
- Comunicación en inglés en situaciones formales o informales
- Comunicación en inglés atendiendo a las costumbres en el uso de la lengua.
- Comunicación en inglés atendiendo al número de interlocutores y sus características.
- Comunicación en inglés, con claridad en la pronunciación e interpretar distintos acentos.
- Comunicación en inglés en condiciones de ruido ambiental o interferencias
- Comunicación en inglés atendiendo al tiempo del que se dispone

#### **15. Integración y comunicación en el centro de trabajo**

- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
- Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
- Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
- Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
- Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
- Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
- Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

#### **IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES**

<b>Módulo formativo</b>	<b>Titulación requerida</b>	<b>Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia</b>	
		<b>Si se cuenta con titulación</b>	<b>Si no se cuenta con titulación</b>
MF1074_3: Información turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diplomado en Turismo.</li> <li>• Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas</li> <li>• Certificado de profesionalidad de nivel 3 de la familia profesional Hostelería y turismo, en el área de turismo</li> </ul>	2 años	4 años
MF1075_3: Productos y servicios turísticos locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diplomado en Turismo.</li> <li>• Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas</li> <li>• Certificado de profesionalidad de nivel 3 de la familia profesional Hostelería y turismo, en el área de turismo</li> </ul>	2 años	4 años

<b>Módulo formativo</b>	<b>Titulación requerida</b>	<b>Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia</b>	
		<b>Si se cuenta con titulación</b>	<b>Si no se cuenta con titulación</b>
MF0268_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Administración y Dirección de Empresas;</li> <li>• Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras;</li> <li>• Licenciado en Economía;</li> <li>• Diplomado en Turismo;</li> <li>• Diplomado en Ciencias Empresariales</li> </ul>	2 años	Imprescindible requisito de titulación
MF1057_2: Inglés profesional para turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Filología inglesa;</li> <li>• Licenciado en traducción e interpretación;</li> <li>• Cualquier Titulación Superior con la siguiente Formación Complementaria: Certificado de aptitud en los Idiomas correspondientes de la Escuela Oficial de Idiomas.</li> <li>• Cualquier Titulación Universitaria Superior con la siguiente Formación Complementaria: Haber cursado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la licenciatura del idioma correspondiente junto con los estudios complementarios citados en el apartado anterior.</li> </ul>	1 año	Imprescindible requisito de titulación

<b>Espacio Formativo</b>	<b>Equipamiento</b>
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- PCs instalados en red, cañón de proyección e Internet</li> <li>- Software específico de la especialidad</li> <li>- 2 Pizarras para escribir con rotulador</li> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- Rotafolios</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Mesa y silla para formador</li> <li>- Mesas y sillas para alumnos</li> </ul>
Aula de idiomas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- 1 Proyector</li> <li>- Programas informáticos para el aprendizaje de inglés</li> <li>- Reproductores y grabadores de sonido</li> <li>- Diccionarios bilingües</li> </ul>

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

## V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

<b>Espacio Formativo</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> 15 alumnos</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> 25 alumnos</b>
Aula de gestión	45	60
Aula de idiomas	45	60

<b>Espacio Formativo</b>	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>
Aula de gestión	X	X	X	
Aula de idiomas				X